

刈羽村のいいところ探検隊 ～新潟産業大学 学生が作る刈羽村 PR 動画～

新潟産業大学 経済学部 文化経済学科 4年 小川 琴音 金子 佐和子
指導教員 新潟産業大学 経済学部講師 権田 恭子

1. 活動の目的

平成 30 年度刈羽村委託事業「大学生による刈羽村の観光資源発掘事業」において、新潟産業大学の学生が刈羽村の魅力を若者目線で発見・発信する PR 動画を制作した。村外の方に刈羽村の良さを伝え、足を運んでもらうきっかけを作ること、村内の方に刈羽村の魅力を再発見してもらうことを目指した。

2. PR 動画の詳細

(1) 概要

刈羽村の魅力を紹介する上で、特徴的な 3 つのテーマ「桃・農産物」「スポーツ・文化」「歴史」に分け、制作。動画のストーリーや絵コンテを作成し、撮影、編集までの動画制作の流れを体験しながら活動を進めた。

PR 動画を制作するにあたって、新潟産業大学の卒業生でプロのアーティストである松井まami さん、歌織さんに技術的な指導を受けた。また、動画内で使用される楽曲を提供して頂いた。

(2) 桃・農産物編

桃・農産物編では刈羽村の特産品である桃をはじめとして、様々な食や農産物をメインに取り上げ動画の制作を行った。内容は、刈羽村の桃をはじめとした農産物やレストランを紹介。村外から来た女の子が様々なところを回りながら魅力を発見していく。それぞれの場所で素敵な男性との出会いもある。その中で最後に選ぶものは何なのか…といったストーリーになっている。紹介した農産物及び撮影場所は、砂丘桃／正明寺桃畑、鎌田養鶏の卵ほか／至福の時間、コシヒカリ／株式会社 孫作。



(3) スポーツ・文化編

スポーツ・文化編では、新潟産業大学サッカー部もお世話になっているぴあパークサッカー場をはじめとした刈羽村の施設や花火大会、文化祭などのイベント紹介を中心とした内容になっている。

ストーリーには、謎の青年と刈羽村の少が出会い恋に落ちる。距離を縮めていく 2 人だが、ある日青年が突然姿を消してしまう。2 人は再び会うことができるのか…? というラブストーリー要素も含まれる。紹介した施設・イベントは、ぴあパークサッカー場、刈羽村生涯学習センターラピカ、刈羽村立図書館、刈羽村ふるさとまつり、刈羽村文化祭である。



(4) 歴史編

歴史編では刈羽村にゆかりのある歴史上の人物のキャラクター(斎藤下野守朝信・長谷川与五左衛門)を作成し、キャラクターと村内の寺社や史跡を巡るストーリーになっている。紙人形劇風の動画にセリフやナレーションをアフレコした。動画内では赤田城跡、赤田神社、宝蔵寺、東福院をはじめ、多くの寺社・史跡を紹介。



刈羽村教育委員会の学芸員である田中亨さんに歴史の監修をしていただいた。6月には刈羽村を巡るバスツアーを行い、歴史や建造物の解説をしていただいた。加えて貴重な資料写真の提供や、毛峠など現地でのナビゲーターもしていただいた。

(5) フォトコンテスト編

刈羽村生涯学習センターラピカ主催「笑顔の村かりわ みんなで作る写真展」との連動企画。刈羽の風景や村民の暮らしを切り取ったコンテストの応募作品を動画で一挙紹介。

(6) メディアでの紹介・映画祭への出品等

柏崎日報、新潟日報で撮影の様子が掲載。UX新潟テレビ 21 の密着取材も受けた。スポーツ班と歴史班の撮影の様子を中心に密着取材。平成30年11月9日に放送され、好評をいただいた。

さらに、平成31年3月13～14日に大阪工業大学梅田キャンパスで開催された「日本国際観光映画祭」の「Next Future」部門で歴史編の動画が上映された。

動画の活用として、

①YouTube のラピカチャンネルで桃・農産物編、スポーツ・文化編、歴史編、フォトコンテスト編の4作品が公開中。

②ミルフォ放送(刈羽村自主放送のケーブルテレビ)→刈羽村内各戸やラピカロビー大型テレビにて動画上映。

1回目：令和元年9月9日～9月15日

2回目：令和元年10月28日～11月10日

③第4回「新潟プレミアムサロン」(歴史編のみ)→東京の表参道にある新潟館ネスパス3階で行われた新潟プレミアムサロン で歴史編の上映。

3. 刈羽村 PR 動画意見交換会の実施

刈羽村 PR 動画完成後、平成31年3月8日にラピカにて刈羽村広報映像作品完成披露試写会、令和元年12月3日に刈羽中学校で動画上映及び意見交換会、同年12月5日に刈羽小学校で歴史編の動画上映及び意見交換会を行った。アンケートで各編の動画の評価と総合評価をしてもらった。

(1) 刈羽村広報映像作品完成披露試写会

試写会では動画の上映・意見交換を行った。アンケートも実施。アンケート回答年齢は20代～60代。回答数は47名。動画への感想では「特産品について分かりやすい紹介であった(桃)」「花火大会のシーンがよくできていた(スポーツ)」、意見では「ナレーションがほしい(桃、

スポーツ)」「文化芸能についてフォーカスしてほしい」との指摘もあった。

アンケート内の「魅力を発見できたか」に対しては、回答者47名のうち、とてもそう思う…42%、そう思う…45%、そう思わない…13%、全くそう思わない…0%となった。「知人に勧めたいか」の項目では、とてもそう思う…46%、そう思う…45%、そう思わない…9%、全くそう思わない…0%。最後に総合評価では、回答者44名のうち、とても良かった…34%、良かった…61%、あまり良くなかった…5%、良くなかった0%という結果になった。「知人に勧めたい」と「総合評価」は良い評価が9割を超えたといえる。



(2) 刈羽中学校での動画上映・意見交換

刈羽中学校では動画上映・意見交換を行った。アンケートも実施。回答年齢は中学3年生。回答数は33名。動画への感想では「ドローンによる撮影がすごかった(スポーツ)」「セリフ・ナレーションがあって分かりやすい(歴史)」、意見やアイデアでは「展開が早すぎた(スポーツ)」「鎌田養鶏の紹介はどうか」との提案があった。

アンケート内の「魅力を発見できたか」に対しては、回答者32名のうち、とてもそう思う…78%、そう思う…22%、そう思わない…0%、全くそう思わない…0%となった。



「知人に勧めたいか」の項目では、とてもそう思う…44%、そう思う…53%、そう思わない…0%、全くそう思わない…3%。最後に総合評価では、回答者 23 名のうち、とても良かった…83%、良かった…17%、あまり良くなかった…0%、良くなかった0%という結果になった。「魅力を発見できたか」「総合評価」ではマイナスの評価が無かった一方で、「知人に勧めたいか」では1名ではあったが、勧めたくないと感じている人がいた。

(3) 刈羽小学校での動画上映・意見交換

刈羽小学校では歴史編のみ上映・意見交換。また小学生の制作した動画も鑑賞した。アンケートも実施。回答年齢は小学6年生。回答数は24名。動画の感想は「実在した人物を使って良かった」「笑い要素もあって面白かった」、改善点やアイデアでは「桃と米の料理対決」「難しい漢字にふりがながほしい」と、小学生らしい新鮮な意見があった。

こちらは歴史編のみのデータになるが、アンケート内の「魅力を発見できたか」に対しては、回答者24名のうち、とてもそう思う…79%、そう思う…21%、そう思わない…0%、全くそう思わない…0%となった。「知人に勧めたいか」の項目では、とてもそう思う…50%、そう思う…50%、そう思わない…0%、全くそう思わない…0%。最後に総合評価では、とても良かった…75%、良かった…25%、あまり良くなかった…0%、良くなかった0%という結果。どの項目においても悪い評価は無かった。



4. アンケート分析結果と今後の課題

(1) テーマ別割合の結果を通して

①刈羽村広報映像完成披露試写会でも刈羽中学校での上映でも歴史編の満足度が高かった

②歴史編にて神社と刈羽に馴染みのあるキャラクターを一緒に使うことで親しみやすさが生まれた

③意見にもあるように、音声を入れることに

よって分かりやすさや視覚だけでなく聴覚からの情報も与えられる

④桃・農産物編とスポーツ・文化編については音声がなく脚本がドラマ仕立てであった為、馴染みにくかったとの結果が得られた。

(2) アンケート結果、自由記述の結果を通して

①試写会と小中学校でのアンケートや意見交換会であったため、外部というより内部からの視点からの評価といえる

②「よくなかった」が1名もいなかったことから、一定以上のクオリティは確保できていた

③動画の総合評価と知人へ勧めたいかの結果を比べると、勧めたいかどうかの割合が下がっていることから、動画に改善の余地があると考えられる

④刈羽村の方々から、源土運動広場・空き家・おらんち米をネタにすることや、地域の方へ事前に取材を行うことが課題点であった

⑤映像作品に対する評価、特に自由記述のコメントを今後の活動に活かし、更なるパフォーマンスの向上に繋げていくというように分析したい。

(3) 総括

これまでの動画制作を通して、何度も現地に足を運んだり、実際に地域の方と話すことで、これまで知らなかった刈羽村の魅力を発見できた。中には活動を経て、刈羽村に親しみを感じ、飲食店に訪れるようになった学生もいる。

また、アウトプットの手法を学んだ。ドローン撮影やアフレコなど専門的な手法をはじめ、様々な映像制作のプロセスを体験的に学ぶことができた。

制作していく中で、どのようなストーリーにすれば見たいと思ってもらえるのか、どのようなところを撮影し、魅力として発信すべきなのかなど、動画を見る人へ地域の魅力を伝えることの難しさを知った。

委託事業は終了しているが、今後も多くの方に動画を観ていただけるような効果的なPR方法を考えていきたいと感じている。